

EVC Ventas Digitales y Tecnología de Mercadeo

Evc Ventas Digitales y Tecnología de Mercadeo-2021

Penetración Digital

EVC Ventas Digitales y Tecnología de Mercadeo- 2021



CUMPLIMIENTO
ACUMULADO

120 %



PENETRACIÓN DIGITAL
ESTRÉGICA ACUMULADA

37,5%



PENETRACIÓN DIGITAL DE
GESTIÓN ACUMULADA

43,2%



VENTAS

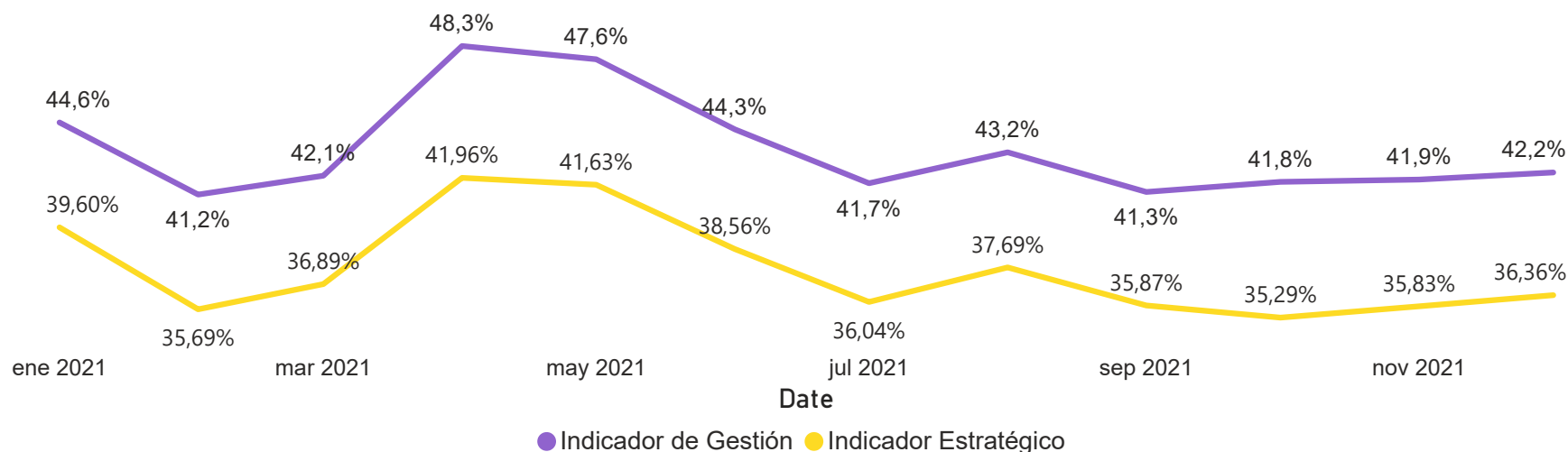
3.138.677



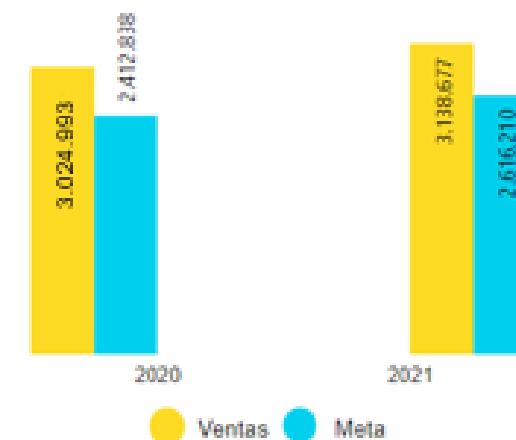
META

2.616.210

Penetración digital mensual año



Comparativo



Indicador de Gestión: Mide las ventas digitales frente a los productos vendidos por el Banco pero solo para los productos que se encuentran habilitados por digital.

Indicador Estratégico: Mide las ventas digitales frente a todos los productos Bancolombia, incluidos los que no se venden por digital.

Penetración Digital Monto

EVC Ventas Digitales y Tecnología de Mercadeo- 2021



PENETRACIÓN DIGITAL
MONTO

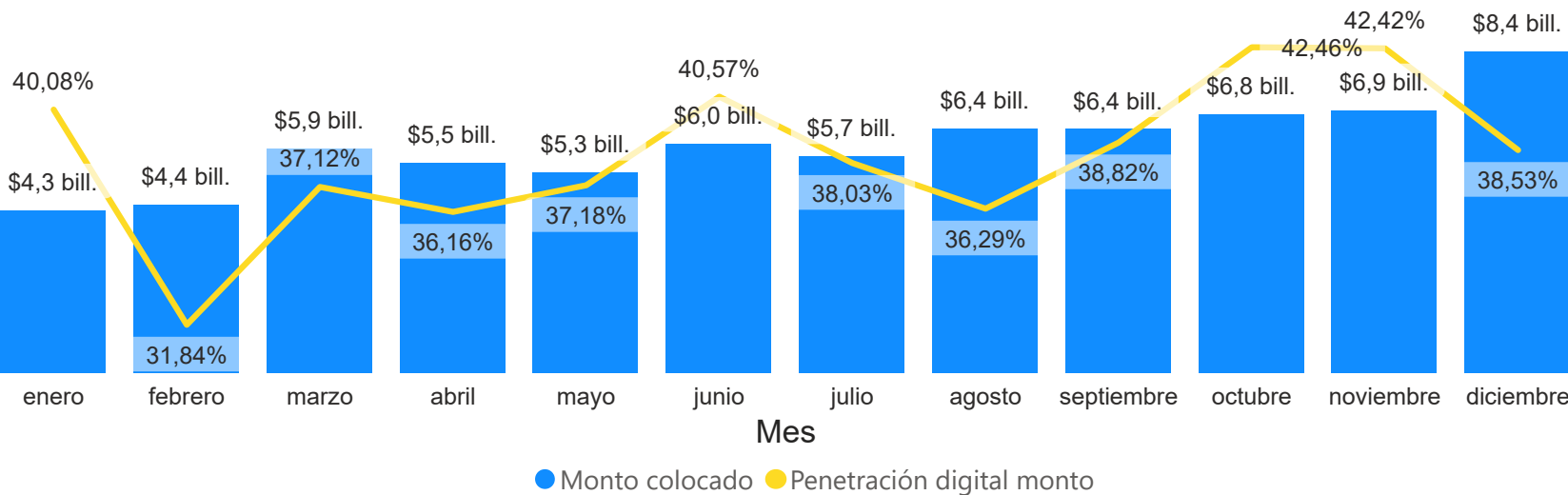
38,32%



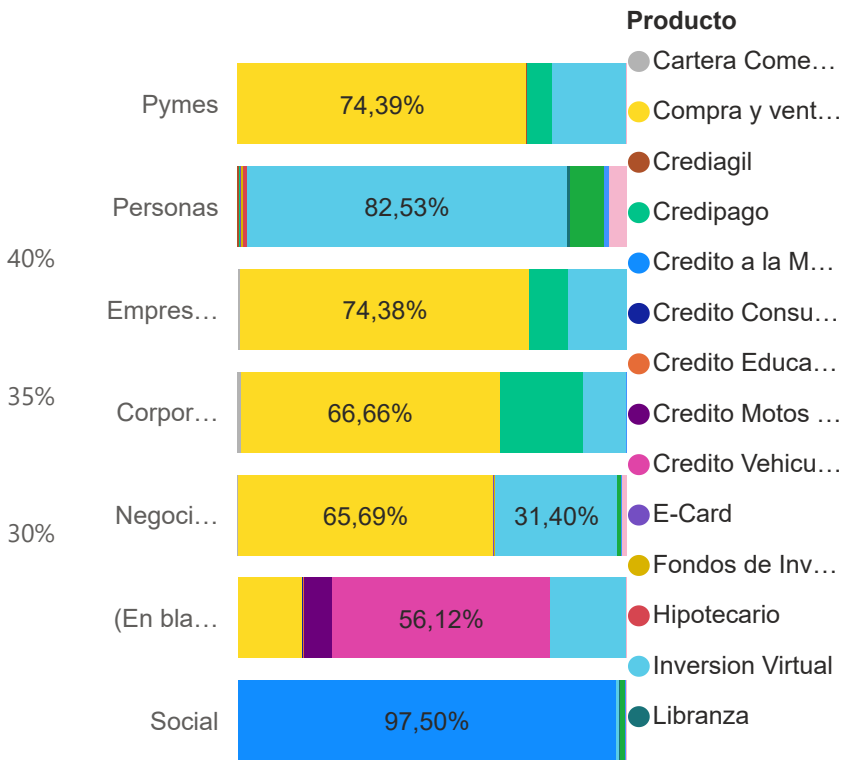
MONTO DIGITAL
COLOCADO

72,09 bill.

Penetración digital monto mensual año



Participación del monto colocado por segmento



Nota: La penetración digital monto se define como el monto colocado por los productos digitales / el monto total colocado de esta familia de producto

Resumen Ejecutivo

EVC Ventas Digitales y Tecnología de Mercadeo- 2021

Penetración Digital de
Gestión

43,2%



Categoria	Acumulado						Penetración Digital (Indicador Gestión)	
	Meta Acumulada	Ventas Acumuladas Año	% Ejecución acumulado	Meta Año	% Ejecución Año	Monto Colocado	Penetración Digital Acumulada	Penetración Digital Monto
<input type="checkbox"/> Colocación	454.731	580.618	127,7 %	454.731	128 %	\$8.766.160.387.555	30,5 %	12,74 %
Credito a la Mano	50.000	111.079	222,2 %	50.000	222 %	\$121.372.902.453	52,7 %	47,41 %
Libranza	6.075	11.400	187,7 %	6.075	188 %	\$109.690.422.900	21,3 %	8,05 %
TDC	100.000	169.120	169,1 %	100.000	169 %	\$730.971.994.737	21,8 %	18,13 %
Hipotecario	705	1.165	165,2 %	705	165 %	\$141.649.934.056	2,7 %	3,10 %
Crediaxil	4.000	6.193	154,8 %	4.000	155 %	\$83.004.131.707	44,1 %	22,31 %
Microcredito	600	806	134,3 %	600	134 %	\$5.299.000.000	39,1 %	61,85 %
Libre Inversion	101.600	127.158	125,2 %	101.600	125 %	\$1.417.496.330.000	25,4 %	12,27 %
E-Card	24.000	24.631	102,6 %	24.000	103 %	\$11.534.038.670	100,0 %	100,00 %
Cartera Comercial	696	580	83,3 %	696	83 %	\$237.114.054.169	0,4 %	0,58 %
Credipago	167.055	128.486	76,9 %	167.055	77 %	\$5.908.027.578.863	100,0 %	100,00 %
<input type="checkbox"/> Inversiones	609.624	758.016	124,3 %	609.624	124 %	\$62.933.947.209.790	68,5 %	55,23 %
Inversion Virtual	240.000	378.213	157,6 %	240.000	158 %	\$22.411.557.021.672	72,1 %	66,82 %
Compra y venta de divisas	308.124	338.211	109,8 %	308.124	110 %	\$40.402.073.800.258	69,0 %	51,59 %
Fondos de Inversion	61.500	41.592	67,6 %	61.500	68 %	\$120.316.387.860	45,2 %	5,75 %
<input type="checkbox"/> Captación	1.361.814	1.607.802	118,1 %	1.361.814	118 %	\$0	42,2 %	0,00 %
E-Prepago	30.000	57.555	191,9 %	30.000	192 %	\$0	100,0 %	0,00 %
Bancolombia a la Mano	1.015.814	1.229.779	121,1 %	1.015.814	121 %	\$0	67,4 %	0,00 %
Cuenta de Ahorros	316.000	320.468	101,4 %	316.000	101 %	\$0	16,6 %	0,00 %
<input type="checkbox"/> Seguros	155.900	164.968	105,8 %	155.900	106 %	\$174.911.470.000	51,8 %	6,47 %
Seguro Desempleo	11.900	17.441	146,6 %	11.900	147 %	\$174.911.470.000	10,2 %	6,47 %
SOAT	144.000	147.527	102,4 %	144.000	102 %	\$0	100,0 %	0,00 %
<input type="checkbox"/> SUFI	34.141	27.273	79,9 %	34.141	80 %	\$209.979.624.690	22,0 %	7,93 %
Credito Motos SUFI	2.128	3.476	163,3 %	2.128	163 %	\$24.291.370.000	9,3 %	8,72 %
SOAT SUFI	24.000	18.626	77,6 %	24.000	78 %		50,0 %	
Credito Vehiculo SUFI	6.307	4.668	74,0 %	6.307	74 %	\$185.470.654.690	10,9 %	7,86 %
Credito Educativo SUFI	1.706	503	29,5 %	1.706	29 %	\$217.600.000	7,8 %	2,54 %
Total	2.616.210	3.138.677	120,0 %	2.616.210	120 %	\$72.084.998.692.035	43,2 %	38,32 %

Destacado Captaciones y Seguros



CUENTAS DE AHORRO



A cierre del **31 de diciembre el 56% del total de las cuentas** abiertas digitalmente **tiene saldo mayor a cero.**

36% de conversión en las asesorías acompañadas por Glía (25.649 ventas de un total de 96.406 asesorías atendidas en el 2021).

46% de conversión funnel promedio anual en la experiencia cliente en ahorros.

Cuentas de Nómina: 50.387 aperturas cuentas de nómina, el 16% del total de aperturas de en el 2021. Principalmente jalonadas en el segundo semestre (67%).

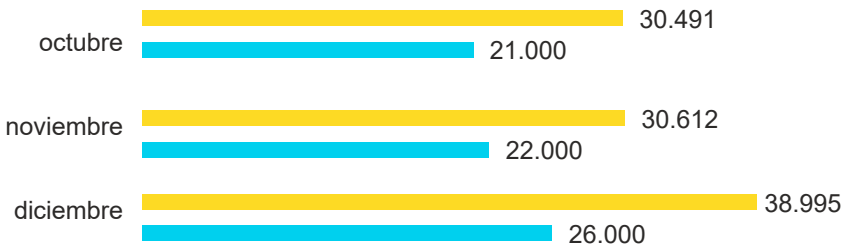
Del total de cuentas nóminas, **el 14% de aperturas fueron masivas (5.393) de nóminas de Mayo-Diciembre** (39.990).



Disponibilidad 2021: 96.57%



INVERSIÓN VIRTUAL



329.501 de unidades **de inversión virtual** corresponden al **segmento personas** con un monto total de 13 Billones.

Para los segmentos **de Pyme** 44.853 unidades vendidas y un monto de 6 Billones **y Empresas y Gobierno** 2.956 unidades con un monto de 4 Billones.

5.18 Billones en Saldo promedio vigente a cierre del 2021.

El 25% de las ventas fueron **incentivadas** por la estrategia **código asesor** con la red comercial.

El 69.3% de las inversiones se dieron en **clientes que reinvirtieron.**



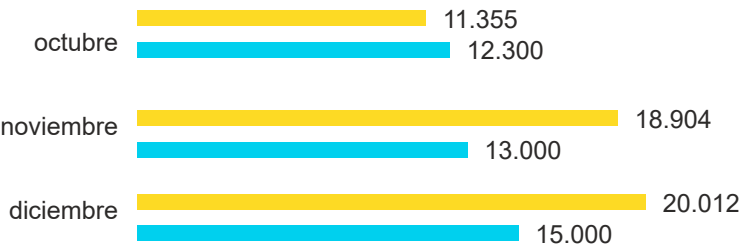
Ventas



Meta



SOAT



Del total de clientes que han adquirido SOAT **el 88% corresponde al segmento personas y el 12% al segmento Pymes**

El 54% de las ventas se realizaron por **Cientes** y el **44%** **No Cientes.**

La distribución porcentual de los Aliados tuvo un comportamiento equitativo con un **48% Sura y 52 % AXA.**

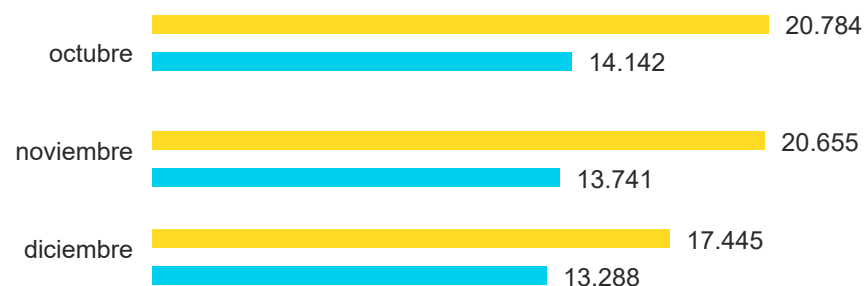
La estrategia de **descuentos apalancó el 69% de las ventas.**

Los ingresos por **comisiones de Ene-Dic 2021** corresponden a **5.084 MM.**

Destacado Colocaciones



TARJETAS DE CRÉDITO



42% de las ventas fueron por preaprobados (autogestión), **44%** por rescates, **10%** mercado abierto y **4%** aprobación al frente.

22,445 aumentos de cupo de tarjetas con una efectividad del 20%.

6.478 tarjetas con uso inmediato por cerca de \$6.000 MM en facturación.

27.677 ampliaciones de plazo por **127,178 MM** pesos y 1,653 MM USD.

Las tarjetas más vendidas fueron MC **Clásica (19%)**, Amex libre **(17%)**, e-card **(12%)**

Efectividad preaprobados: 5,1%, Efectividad proactivos digitales: 11,5%

Amex Libre Impacto a **9.5MM** (clientes/no clientes), logrando más de **105,000** solicitudes (Leads) con un total de ventas (incluyendo otro canal) **16.132**.



Disponibilidad 2021: 98.52%



LIBRE INVERSIÓN



50% de las ventas fueron por preaprobados (autogestión), **35%** por rescates, **5%** mercado abierto y **10%** aprobación al frente

8% penetración de venta cruzada de créditos con seguro de empleado protegido.

18.489 rediferidos de consumo con un saldo de **+\$373.371 MM**

Efectividad total: 4,3%, Efectividad proactivos digitales: 10,1%



Disponibilidad 2021: 98.12%



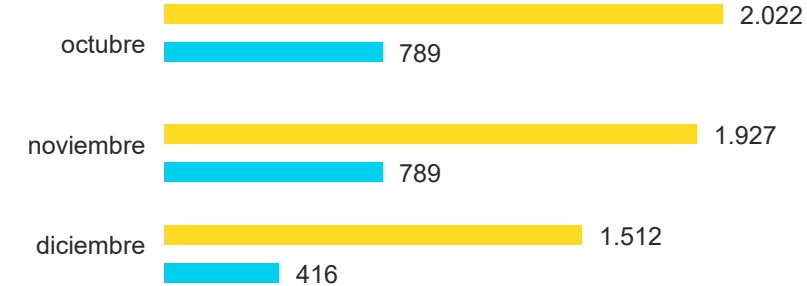
Ventas



Meta



LIBRANZA



88% de las ventas fueron por preaprobados (autogestión) y **12%** de las ventas bajo modelos de rescate.

8% peso relativo de libranza sobre el monto total de consumo colocado en digital.

10% penetración de venta cruzada de créditos con seguro de empleado protegido.

5.4% de efectividad en desembolsos en preaprobados.

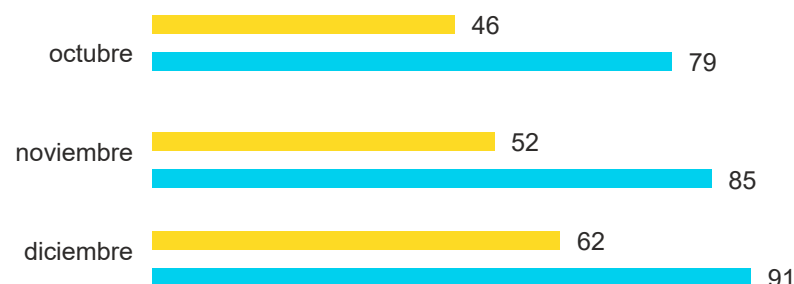


Disponibilidad 2021: 98.2%

Destacado Negocios e Hipotecario



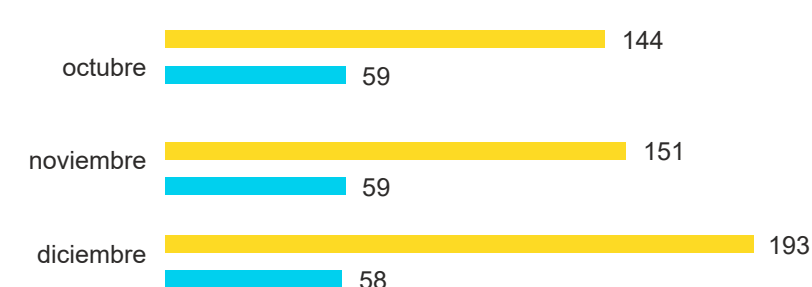
CARTERA COMERCIAL



COMPRA Y VENTA DE DIVISAS



CRÉDITO HIPOTECARIO



● Ventas ● Meta

Se colocaron **\$237.114 MM** en **580** ventas digitales para clientes persona natural, negocios, pymes, empresas y corporativo en el 2021.

Se desembolsaron **161** desembolsos por preaprobados que representaron el **28%** en el 2021.

En figital se realizaron 419 desembolsos que representaron el **72%** en el 2021.

En la sucursal virtual PYME se desembolsaron **\$329 MM**.

En el 2021 se negociaron **COP \$42 billones** en monto de negociación de divisas representadas en **337.935 unidades** en la SVE.

El segmento PYME tuvo una participación del **79%**, el empresarial del **16%** y el corporativo de **5%**.

En el 2021 se tuvo una penetración digital del 72%:
PYME del **75%**
Empresarial de **67%**
Corporativo de **52%**.

49.363 clientes utilizaron la SVE para negociación de divisas.

VENTA DIGITAL:

\$141,649 MM en ventas digitales, con un ticket promedio de **\$121 MM**.

Penetración digital acumulada del **36%**.

138 solicitudes de ampliación de plazo, atendidas por la experiencia de autogestión.

* Información actualizada hasta el Q3 del 2021.

Entregas de Valor con Impacto en Clientes



PAGOS

- Uso inmediato de la TDC en Motor
- Mostrar la tasa de interés en la experiencia de ventas
- Precargar la opción de débito automático para pago de cuota mínima
- Redireccionar los errores de la experiencia a un asesor en línea automáticamente



CONSUMO

- Figital en BPO
- Aprobación libranzas por módulo de SVE



CUENTAS

- Experiencia asociación y activación de Tarjeta Débito por el sitio web en AWS.
- Finalización de nóminas masivas por autogestión a cliente nuevo desde la vinculación hasta la entrega de Tarjeta debito con activación web.
- Se habilita la activación telefónica de Tarjeta débito por IVR como complemento a la activación web.
- Mejoras Kofax:** se incrementa el peso de las imágenes y se migró a AWS.



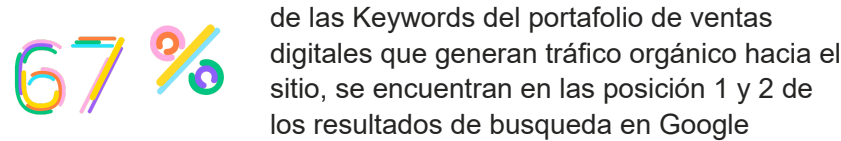
INMOBILIARIA

- Nueva experiencia de Tracking Inmobiliario en el sitio Web.
- Mejoras en autogestión ampliación de plazo:
- Implementación firma electrónica de Otrosí.
- Migración experiencia a sistema diseño FENIX.
- Validación en Centrales Internas. -Consumo API en el front-



Impulso en Medios Propios y Pagos

Posicionamiento orgánico



Personas impactadas



Medios Always On Google Ads Facebook Ads Email SMS Medios propios Posicionamiento orgánico



TARJETAS DE CRÉDITO

Preaprobados

Alcance: 2.577.147
Efectividad total: 5,1%
Efectividad proactivos digitales: 11,5%

Solicitudes web

Visitas: 27.340.821
Efectividad solicitud: 3%
Efectividad venta: 12%

E-Card

Alcance: 2.081.428
Efectividad: 1%



LIBRE INVERSIÓN

Preaprobados

Alcance: 2.233.167
Efectividad total: 4,3%
Efectividad proactivos digitales: 10,1%

Solicitudes web

Visitas: 20.873.687
Efectividad solicitud: 3%
Efectividad venta: 4%



CUENTAS DE AHORRO

Alcance: 21.575.297
Efectividad: 7%



INVERSIÓN VIRTUAL

Alcance: 2.666.850
Efectividad: 14%



SOAT

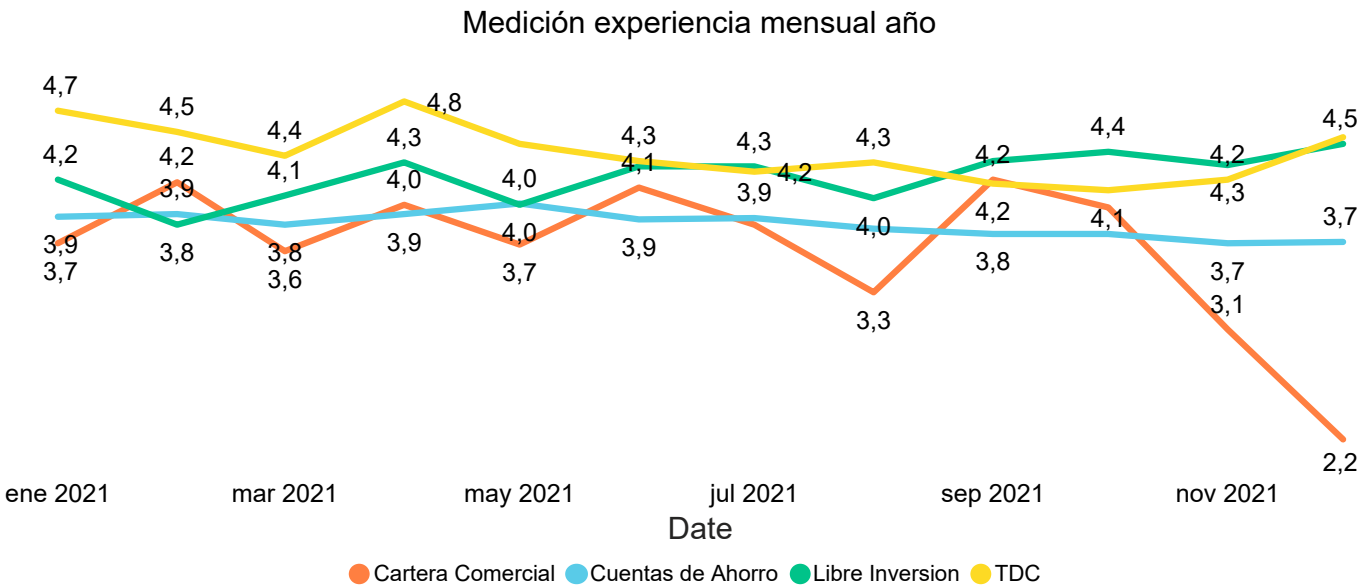
Alcance: 35.223.157

Efectividad
Sura: 10%
AXA: 9%

Posicionamiento: Esto hace referencia a los resultados de búsqueda que aparecen al momento de que un usuario realice una búsqueda en Google
Proactivos digitales: Clientes preaprobados asignados a digital por su mayor probabilidad de adquisición de productos por Internet.

Resultados Medición de Experiencia

La medición de experiencia mide los atributos de éxito (logro de objetivo), esfuerzo (facilidad) y emoción (sentimiento en la interacción) en los clientes que finalizan y no finalizan el proceso de adquisición.



Cuentas de Ahorro

3,71



Tarjetas de Crédito

4,50



Libre Inversión

4,45



Cartera Comercial

2,22

Principales Dolores

Lentitud en el sistema.
Se requiere mas tiempo para generar la clave

Principales dolores:

Falta información
Poca disponibilidad
Ampliar oferta
Inconformidad con el rechazo

Principales dolores:

Poca disponibilidad
Falta información y claridad de la misma
Tasas de interés altas
Inconformidad con el rechazo

Principales dolores:

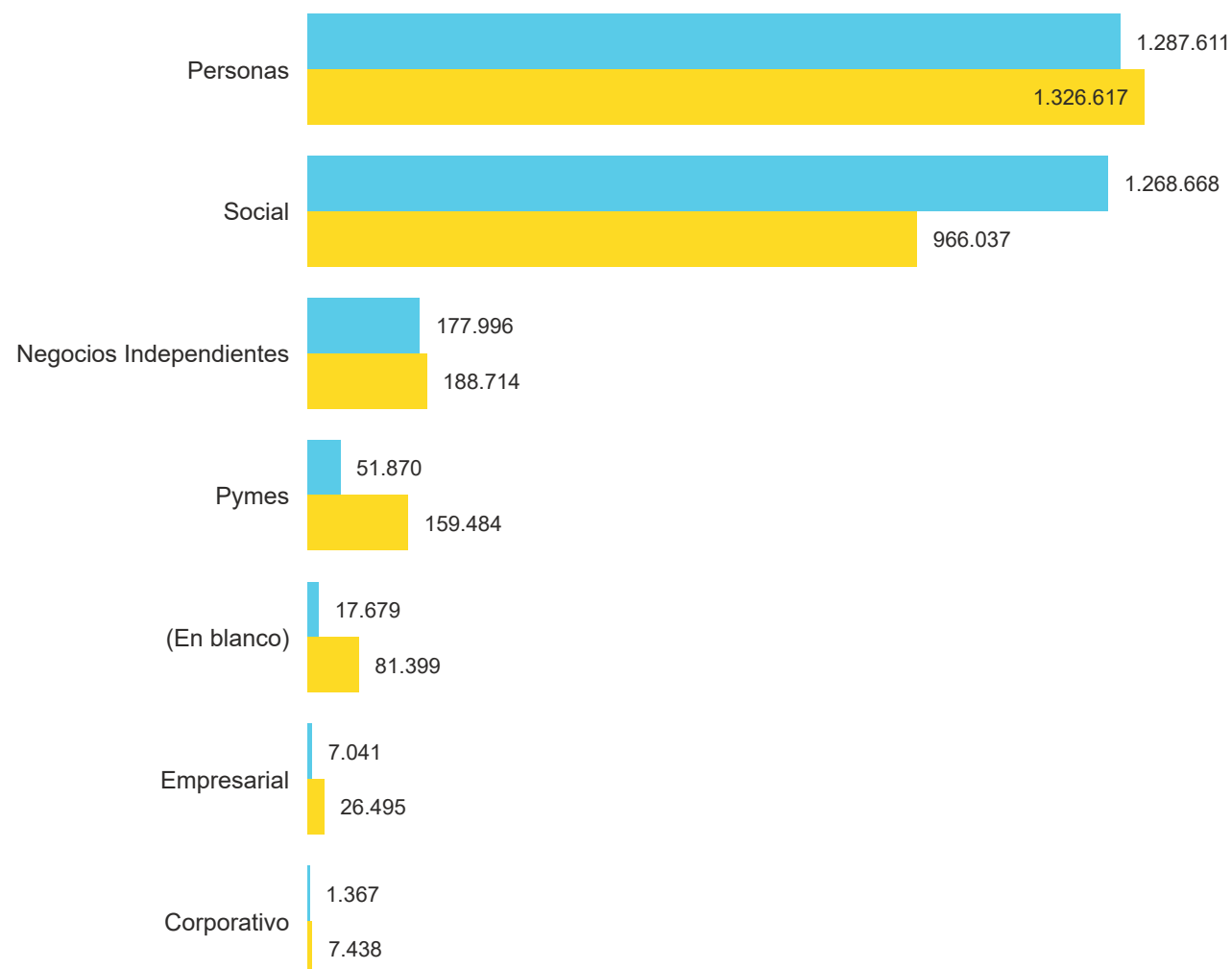
Oferta monoproducto
Clientes necesitan más cupo
Falta información

*Medición correspondiente al mes de diciembre-2021

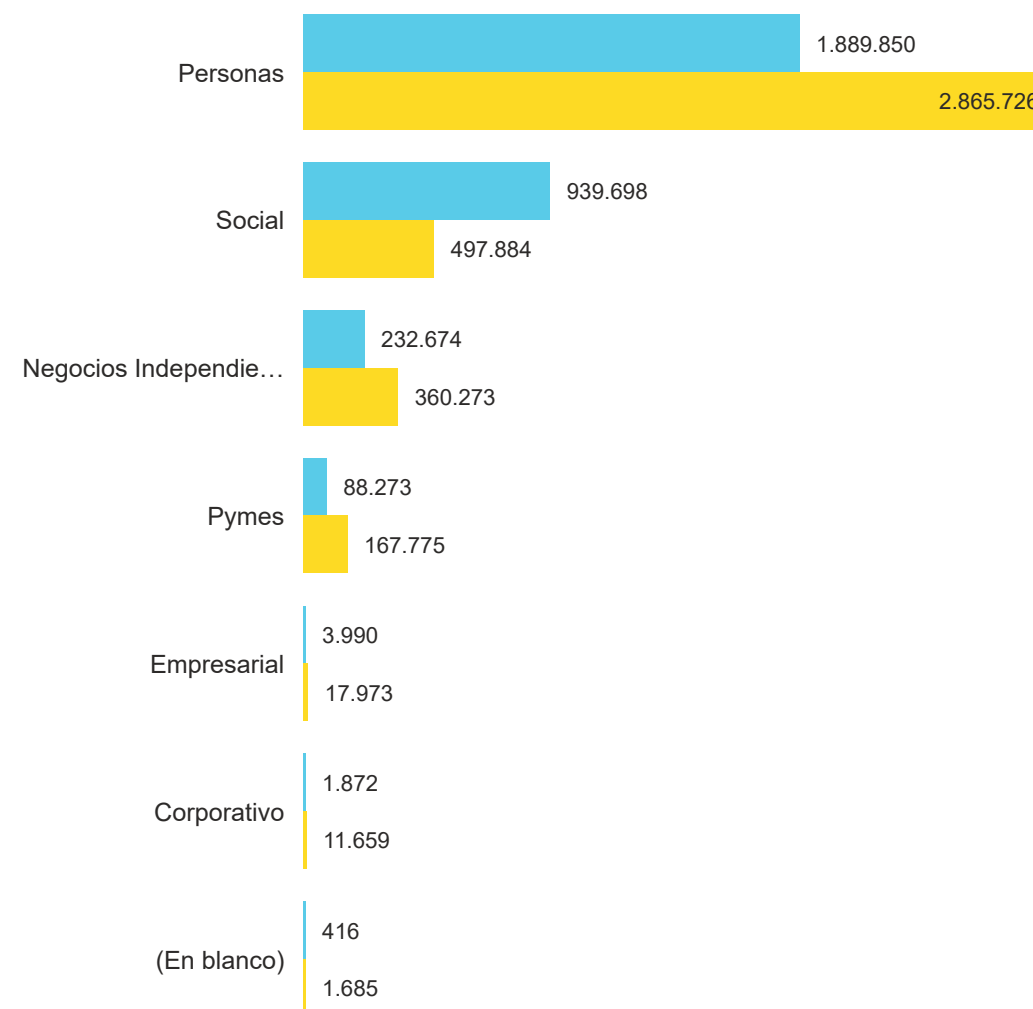
Cientes

● 2020 ● 2021

Cientes Digitales por Segmento



Cientes Otro Canal por Segmento



Uso

● Digital ● Otro Canal



Meta

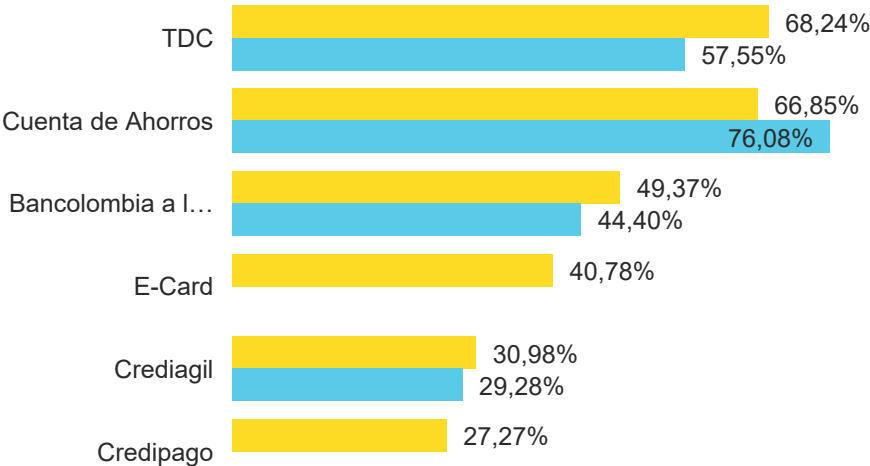
56%



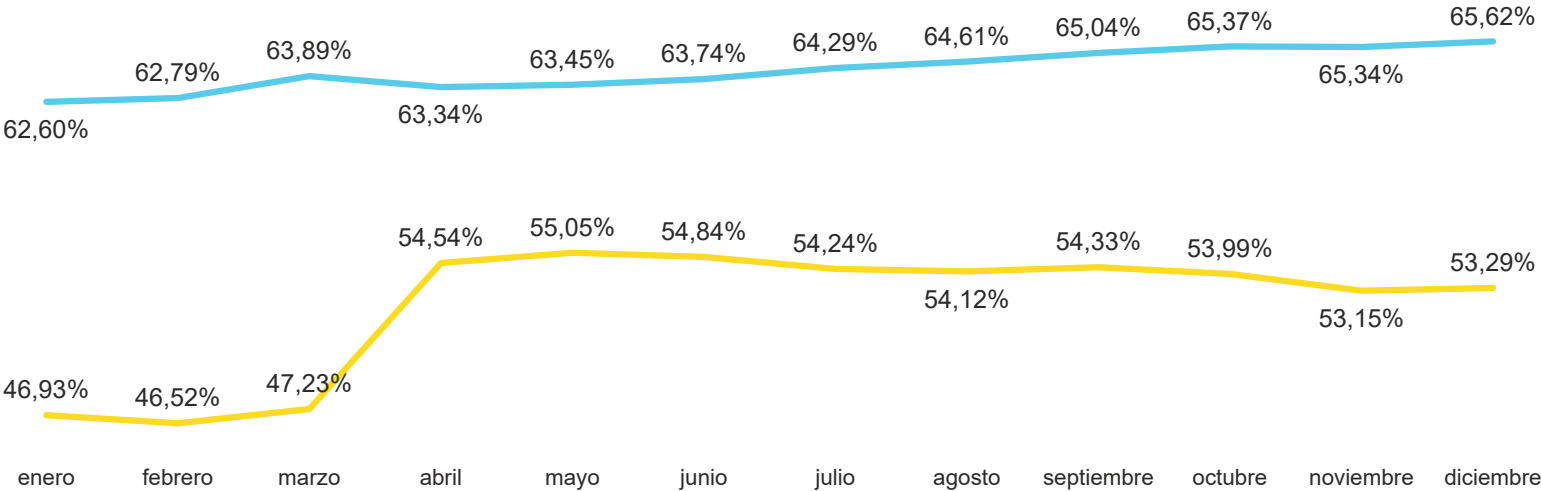
Total Indicador Uso

53,29%

Indicadores uso por producto



Indicadores uso mensual año



Producto	Descripción
Bancolombia a la Mano	Número de cuentas con actividad en los últimos 60 días / Total cuentas vigentes vendidas
Crediagil	Número de clientes que realizan al menos un desembolso en el mes/ Total unidades vendidas.
Credipago	Número de clientes que realizan al menos un desembolso en el mes/ Total unidades vendidas.
Cuentas de Ahorro	Número de cuentas con actividad en los últimos 60 días /Totalcuentas vigentes vendidas
E-Card	Tarjetas vigentes vendidas que realizan al menos 1 txn en el mes/ Total de tarjetas vigentes vendidas.
TDC	Tarjetas vigentes vendidas que realizan al menos 1 txn en el mes/ Total de tarjetas vigentes vendidas.

*Desde el mes de Abril el producto E-Prepago no hara parte del indicador de uso